

レジェンドからニューリーダーまで 「顧客接点改革」の方向性を徹底議論

5年後のコンタクトセンター研究会

SV育成、生成AI活用のあり方を問う！ IT、人材、戦略視点で課題を検証

月刊コールセンタージャパン編集部が主宰する「5年後のコンタクトセンター研究会」の3分科会（ソリューション／サービス分科会、マネジメント分科会、ストラテジー分科会）のリーダーによるパネルディスカッションを開催。

それぞれCXMコンサルティング代表取締役社長の秋山紀郎氏、クリエイトキャリア代表の寺下薫氏、ISラボ代表の渡部弘毅氏が登壇した。

各分科会で今年、議論した内容を踏まえつつ、センターの運営課題について議論した。

まず編集部が実施した「コールセンター実態調査」の結果から、運営課題に関して「SVの採用・育

成」が最も高い比率を占めたことに対し、SV育成に多くの実績を持つ寺下氏は、「SVに求められるスキルが多様化したことによる負荷の増大やビジネススキルの習得機会の少なさ」とより具体的な課題を指摘。

また、同様に課題視されている生成AIの活用については、活用中／検討中いずれも増加傾向にある一方、まだPoC段階にとどまっている企業が多いのが現状だ。秋山氏は「生成AIはLLMやソリューション選びに目が行きがちだが、具体的な用途に合うものをいかに使いこなすかが重要」と強調する。

寺下氏は、運営課題を受けて「SVがオペレーション業務の自動化などに活用することで業務負担を軽減できる」と期待を寄せた。

渡部氏は、用途について「ITで

は不可能とされた寄り添い型のエモーショナルな対応ができるチャットボットに期待したい」と展望。生成AIの使いどころを見定め、自社に生かしていくことが求められる点で、3者の見解が一致した。

伝説のセンター長会議

深い経験値に基づく「あるべき姿」 求められる組織特性と変化の理解

日本のコールセンターの歴史を紐解くと、業界全体に影響を与えた取り組みを主導したセンター長が複数、存在する。

そこで、「＜伝説のセンター長会議＞変わるもの、変わらないもの 日本のコンタクトセンターが向かうべき『方向性』を探る」と題し、SBI証券の河田裕司氏、アシュリオン・ジャパンの野村裕美氏が登壇した。

コンタクトセンターのマネジメントを司るセンター長は近年、他部門からの異動が主流となり、部署の特性や専門性を理解しないままに運営するケースも増えた。センター長も、他部署以上に集團の調和を重んじる傾向が強いセンターの特性ゆえか、難しさを感じる点も多そうだ。

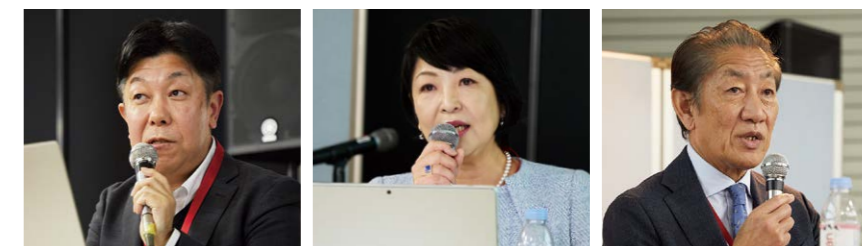
こうした壁を乗り越え、現在も

強いオーナーシップで組織をけん引する河田氏、野村氏が自身の取り組みを紹介した。

河田氏は、センターで働く“人への取り組み”に以前から重点を置いている点を説明。トークスクリプトは設けず、自由発話で顧客との距離を縮めている事例などを説明した。より能動的なアプローチのために、顧客接点を最大化するためのチャレンジの一貫として、センターの管轄組織の名称を、カスタマーサクセス推進部へ改称したことなども述べた。

野村氏は、自身が考えるセンターマネジメントのポイントのもとに取り組みを解説。この20年も振り返り、音声のテキスト化がオペレーション改革に多大な影響を与えたことも言及。今後もコンタクトセンターの価値を上げ、経営に貢献する姿勢の重要性を説いた。

モデレータのイー・パートナーズの谷口 修氏は、「コンタクトセンターの変遷について、顧客満足と経営貢献を同時に両立させる役



左から、SBI証券の河田裕司氏、アシュリオン・ジャパンの野村裕美氏、イー・パートナーズの谷口 修氏(モデレータ)

割は全く変わっていない。技術進化や労働需給などで業務の仕組みや組織の在り方が変わってくが、センターマネジメントの方向性も役割も変わらない。変化を楽しみ、柔軟に対応するマネジメントになる必要がある」と強調した。

ニューリーダー会議

センター改革の旗手が語る “コミュニケーション”と“デジタル化”

“ニューリーダー会議”と題し、今後のコンタクトセンター業界を率いる新リーダーとして、生活総合サービスの奥条達也氏、Kiralalaの内池智美氏を招き、「『CS/ES新時代』を勝ち抜く方程式 変わる“感動体験”の構成要素」をテーマにディスカッションした。モデレ

ータは、本誌副編集長の石川ふみが担当した。

奥条氏は、同社の経営理念に基づく顧客対応の重要性を説いた。

具体的には、カスタマーサービス専用のLINEアカウントを開設し、ロイヤルティの高い顧客との密接なコミュニケーションを図っている。やり取りする顧客を、“接点濃度×接点頻度＝親和性”の独自の計算式で選んでいることを紹介。こうしたアプローチで、購入金額が19%増加する成果を上げている。

内池氏は、自身が先頭に立ったコンタクトセンターの改革について説明。業務委託していたセンター運営を内製化することで顧客データの取得や、分析に基づいた戦略と立案、そしてデジタル化を促進した。さらに人材育成にも注力。さまざまな改革を約1年間で成し遂げ、問い合わせ件数の削減、自己解決率の向上、NPSも改善。コスト削減と解約防止で合計5200万円のインパクトを生み出した。



生活総合サービスの奥条達也氏(左)、Kiralalaの内池智美氏(右)



左からCXMコンサルティングの秋山紀郎氏、クリエイトキャリアの寺下 薫氏、ISラボの渡部弘毅氏